

# Representaciones de *lo femenino* en la publicidad. Muñecas y mujeres: entre la materia artificial y la carne

Asunción BERNÁRDEZ RODAL\*

(Abstracts y palabras clave al final del artículo)

Propuesto: 25 de mayo de 2009

Aceptado: 30 de mayo de 2009

## 1. INTRODUCCIÓN

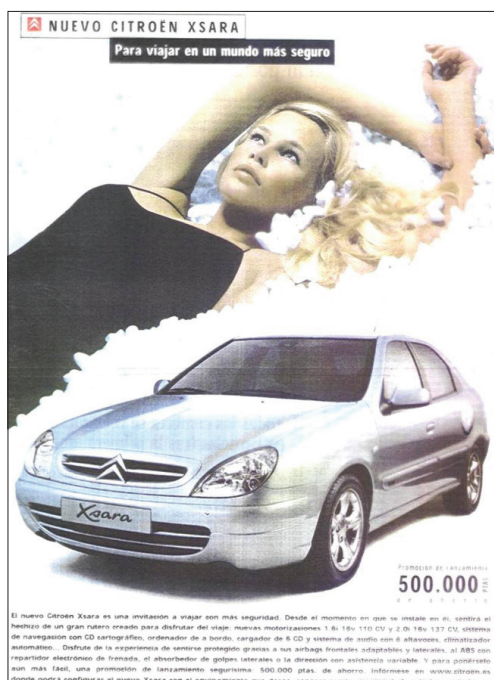
Los medios recrean, fortalecen y a veces subvierten imaginarios dominantes en la cultura, pero pocas veces inventan de la nada. La representación mediática al menos en cierto sentido es “conservadora”, utiliza imágenes supuestamente novedosas, pero lo único que varían son elementos que tienen que ver con el “hacer aparecer” la realidad. Los medios de masas, como analizó Benjamin (1989), aportan serialidad, fugacidad, repetición, fragmentación, sobreabundancia de imágenes, espectacularidad, canales múltiples con un contenido insistente e iterativo hasta la extenuación. Pero Benjamin aclaró también que esto no significa que lo que se altera es la “cantidad” de las imágenes, sino la “calidad” de todo un sistema de recepción y producción, porque los cambios cuantitativos acaban convirtiéndose en cambios cualitativos, de tal forma que puede decirse que existe una nueva “ecología mediática” de la posmodernidad que está alterando las formas de producción y sociabilidad. Sin embargo esos cambios de “calidad” parecen no haber afectado de forma drástica a una de las estructuras dicotómicas básicas del pensamiento en nuestra cultura: la construcción simbólica de los géneros. Masculino y femenino (no hablo de personas) siguen construyéndose en los medios de forma generalizada asociando por ejemplo la fuerza, la racionalidad y el dominio a los varones; y la delicadeza, los sentimientos y el sometimiento a las mujeres<sup>1</sup>. En definitiva, lo que me planteo es el análisis de la pervivencia de un

\* Universidad Complutense de Madrid

<sup>1</sup> De sobra sé que en la producción mediática se juega continuamente con la subversión de este sistema, y que muchas las veces, las innovaciones en las formas de creación tiene que ver con la alteración de este esquema. En el cine, por ejemplo, tenemos hoy muchas “mujeres fálicas” (Bernárdez, 2002) como *Kill Bill* de Tarantino (que sin embargo no desmienten el paradigma de belleza física), en la publicidad vemos mujeres que no tienen la belleza ideal femenina como los anuncios de los jabones *Dave*, en la literatura se han dibujado fascinantes mujeres fuertes que subvierten el modelo de sometimiento como Lisbeth Salander de la

estereotipo tradicional en los nuevos contextos publicitarios, un estereotipo (el de la mujer-muñeca) que define lo femenino como artificial e inorgánico en el paradigma de construcción dicotómica de los géneros<sup>2</sup>.

Partiré de un ejemplo y de la formulación de unas cuantas preguntas: ¿Qué tienen en común la imagen de Claudia Schiffer en el anuncio de un coche y la representación de la Virgen María en una de las Inmaculadas más conocidas de Murillo? (Figura 1 y figura 2). ¿Que las dos “flotan” entre nubes? ¿Que ninguna fija la vista en nada ni nadie? ¿Que ninguna parece tener “masa corporal”? ¿Que a las dos podemos mirarlas sin que ellas nos miren? ¿Qué ambas nos convierten en “mirones” de una situación de intimidad excepcional? La producción de las dos imágenes está separada por varios siglos, por diferentes contextos de creación y recepción, diferentes medios físicos de producción y seguramente distinto objetivo comunicativo.



serie *Millenio* del escritor Stieg Larsson. Sin embargo, creo que parte del interés que tienen estas obras se produce porque son leídas como desviaciones del paradigma que sigue siendo dominante en la representación. Es interesante pararse a analizar qué aportan a la representación y cuánto tienen que ver con la sociedad en la que actúan, pero este sería un trabajo que no es el objetivo de este texto.

<sup>2</sup> Las estructuras dicotómicas están presentes en muchas culturas, pero ninguna como la nuestra ha hecho que esta dicotomía se convirtiera en la piedra angular de la epistemología y la relación con el mundo. Cielo/infierno, felicidad/desdicha, superior/inferior, solar/lunar, razón/pasión, seco/húmeda, orgánico/inorgánico y tal vez la básica alma/cuerpo. ¿De dónde proceden estas dicotomías? Algunos autores como Berger y Lukmann, Dan Sperber o Frazer suponen que esta estructuración se debe a la extensión del cuerpo: lo posi-

Poco deberían tener que ver una con la otra, y sin embargo, esas representaciones “admirables” de lo femenino tienen una familiaridad que resulta sospechosa. ¿Acaso nos hablan de lo mismo? ¿Qué es “lo mismo” y qué deja entrever? “Lo mismo”, ese aire de familiaridad se produce porque ambas nos muestran una esencialización de lo femenino bajo una forma estereotipada de creación de imágenes, que ha atravesado el tiempo y todas las revoluciones sociales que se hayan producido desde el siglo XVII hasta el XXI. La corporalidad ideal femenina al menos desde el Renacimiento se ha definido por la “levedad”, por una cierta inmaterialidad y esas características siguen teniendo el dibujo ideal de la mujer perfecta. La sospecha es que muchas cosas cambian, pero que hay imaginarios en cuanto a la representación de los géneros que no han variado mucho a lo largo de los siglos, pese a todas las revoluciones sociales y mediáticas que se hayan podido producir.

## 2. IMÁGENES MASIVAS DE MUÑECAS Y “REGLAMENTO DE GÉNERO”

Algunas formas de representación de lo femenino no han perdido un ápice de la tensión y la eficacia emotiva que han tenido siempre. Por ejemplo, la idea de que la mujer ideal es una muñeca, o que la feminidad está cercana a la artificialidad de estos objetos fantásticos que son las reproducciones inorgánicas de las mujeres, ha seguido viva hasta en las fantasías más vanguardistas del siglo XX.

Ese imaginario tiene una doble vertiente ya que, por un lado, conecta con el ideal general humano de crear vida artificial o bien conseguir mejorar el cuerpo con prótesis artificiales. Los ejemplos en la literatura son muchos: Dédalo era un constructor de seres artificiales, en Tebas existían unas míticas cabezas parlantes, Pélope y Atalante tenían partes del cuerpo artificiales. Pero la formalización más exitosa es sin duda la decimonónica novela de Mary Shelley cuyo título es en realidad una declaración de continuidad en una tradición: *Frankenstein o el moderno Prometeo*<sup>3</sup>. Pero este ideal general tiene una vertiente particular cuando lo que se crean son prefiguraciones de mujeres. La creación de seres artificiales, como la propia sociabilidad, tiene un rasgo de género. Muchas de las mujeres artificiales creadas en la literatura tienen un rasgo característico que es la erotización del cuerpo y la fantasía de crear mujeres dóciles a los deseos de los varones. Las muñecas son siempre instrumentos donde ejercer la dominación y los deseos más o menos “ideales” de los hombres. Hay ejemplos muy ilustrativos en la literatura española. Gómez de Serna,

---

tivo es superior y delantero y lo negativo lo inferior y posterior. La cuestión es que se genera un eje de positividad y otro de negatividad en los que se inscriben también lo masculino o lo femenino. En estos ejes, lo negativo se constituye como un ausencia de algo. Por ejemplo, “lo bajo” es realidad una “falta de altura”.

<sup>3</sup> El sueño de crear seres artificiales está documentado en la mitología clásica, pero será en el Renacimiento, cuando nace una nueva fe en la razón y en la autonomía del sujeto cuando se desarrolla una auténtica pasión por los autómatas. Por ejemplo, las villas italianas renacentistas como Villa d’Este, Aldobrandini o el Quirinale tenían artilugios de este tipo en sus jardines. Son famosos también por ejemplo el falso jugador de ajedrez del barón Von Kepler, los autómatas que cuanta la tradición que rodeaban al Carlos V de los últimos días en Yuste. (Vid. Aracil: 1998). Los autómatas son la encarnación del sueño moderno de la máquina perfecta: una existencia que es potencialmente eterna e inagotable.

en su novela *La mujer de ámbar*, nos muestra un buen ejemplo de la erotización de la figura de una mujer, o Bécquer en su narración *El beso* tal vez sea la mejor forma de mostrar el rechazo a la carnalidad del cuerpo de las mujeres, y la fascinación que implica la perfecta docilidad de una estatua de mujer. La narración cuenta la historia de un capitán que se enamora de una estatua en un cementerio. Cuenta a sus compañeros la noche de amor que ha pasado con ella y los lleva allí para que la vean. Al pie de la figura, mientras sus compañeros descubren la locura les dice:

—¡Carne y hueso!... ¡Miseria, podredumbre!... —exclamó el capitán—. Yo he sentido en una orgía arder mis labios y mi cabeza; yo he sentido este fuego que corre por las venas hirviendo como la lava de un volcán, cuyos vapores caliginosos turban y trastornan el cerebro y hacen ver visiones extrañas. Entonces el beso de esas mujeres materiales me quemaba como un hierro candente, y las apartaba de mí con disgusto, con horror, hasta con asco; porque entonces, como ahora, necesitaba un soplo de brisa del mar para mi frente calurosa, beber hielo y besar nieve... nieve teñida de suave luz, nieve coloreada por un dorado rayo de sol... una mujer blanca, hermosa y fría, como esa mujer de piedra que parece incitarme con su fantástica hermosura, que parece que oscila al compás de la llama, y me provoca entreabriendo sus labios y ofreciéndome un tesoro de amor... ¡Oh!... sí... un beso... sólo un beso tuyo podrá calmar el ardor que me consume.

También los medios de comunicación de masas han utilizado el estereotipo de las mujeres como muñecas desde siempre. El cine, por ejemplo, lleva un siglo ilustrándolo muy bien con títulos como *Lo viejo y lo nuevo*, de Eisenstein, *La huella*, de Mankiewicz, *Tamaño natural*, de Berlanga, *Casanova* de Fellini, *La muñeca*, de Lubitch, *Blade Runner* de Ridley Scott, y un largo etcétera. En casi todas ellas, las muñecas (o mujeres artificiales como en el caso de *Blade Runner*) suelen ser una encarnación de las mujeres en las que se destaca el valor sexual, aunque algunos casos como en *Metrópolis* de Fritz Lang represente la tecnología (la madre-creadora es ahora tecnológica)<sup>4</sup> y su imagen se utiliza precisamente para hacer una crítica al entorno deshumanizado que produce la tecnificación de la vida.

En la publicidad son muchas las imágenes en las que se juega con la ambigüedad del cuerpo femenino que oscila entre lo natural y lo artificial y que podemos observar, a modo de ejemplo, en los tres anuncios siguientes, que son sobre todo una propuesta para detener nuestra mirada en una representación estereotipada de la feminidad. El primero se trata de un anuncio de Moschino (figura 3) donde una mujer “real” parece reflejarse y apoyarse en una muñeca que es casi su “alter ego”. Sin embargo, ambas parecen estar hechas de la misma materialidad: la piel blanca y “de porcelana”, si bien la figura del fondo es mucho más pálida, la pose elaborada, las manos que se apoyan una en la otra ¿son tan diferentes?, ¿son las dos mujeres reales?, ¿la del fondo es de verdad una muñeca?... Sólo los ojos aclaran nuestras dudas: la de la derecha al menos es una mujer real. Como bien analizó Bajtin (1990) cuando estudió “lo grotesco”, los ojos son los elementos de la cara que aportan idea

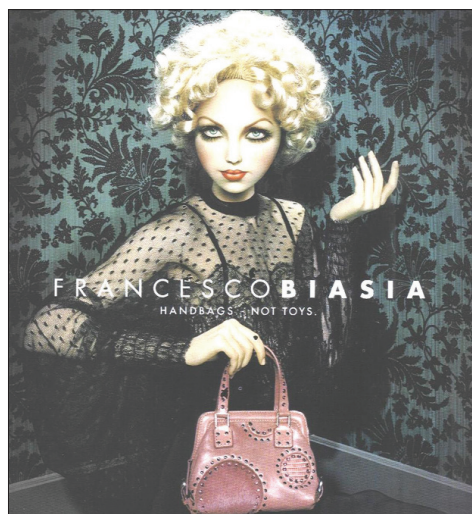
---

<sup>4</sup> Un buen elenco de referencias tanto cinematográficas de mujeres-muñecas en el cine, el arte y la literatura lo podemos encontrar en el libro de Ana Rueda (1998).



de individualidad, de personalidad propia, por eso son difícilmente susceptibles de distorsiones grotescas (como pasa con la nariz o las bocas). La mujer de la derecha tiene unos ojos que la individualizan, la humanizan y que son un punto de fuga de la representación: miran de forma desatenta hacia algún lugar que está fuera del cuadro que vemos. Mujer y muñeca, sin embargo, podrían ser perfectamente intercambiables y podemos dudar si el maniquí es o no de verdad artificial. Es un juego con la ambigüedad de la construcción de lo femenino. La carnalidad y su perfección máxima que resulta ser artificial.

Otro ejemplo lo tenemos en la publicidad de la marca de bolsos Francesco Biasia, (figura 4) donde aparece una mujer-muñeca arrinconada en el suelo y el texto: “Handbags not toys”. Lo más “real” de esa representación es sin duda el bolso, y no la muñeca que lo sostiene con un gesto de coquetería. Podemos hacernos algunas preguntas sobre qué nos pueden querer contar con esta imagen y plantear, por ejemplo ¿qué hace esa mujer-muñeca sentada en el suelo?, ¿dónde está?, ¿por qué mira con ojos enormes y cara inexpresiva? Las respuestas a estas preguntas simples nos llevarían a elaborar una hipótesis que podría ser, por ejemplo, está sentada en un lugar con un papel pintado lujoso, pero pasada de moda ¿algún hotel decadente? Ella va vestida con gasas y una falda que le da un aire clásico pero antiguo, su pelo recuerda un poco el gusto de los años cincuenta. ¿Qué la ha llevado a sentarse en el suelo en una esquina de la habitación?, ¿acaso alguien la persigue?, ¿está siendo



“acorralada”?, ¿se trata de un juego?, ¿está a punto de ser agredida? Si es así, ¿por qué está tan indiferente? ¿Tal vez porque le da igual porque es un ser-que-no-siente? En la imagen que tiene una composición claramente triangular, nuestra mirada es llevada de abajo arriba, el peso de la figura está en la base de la composición, y aunque no se aprecie en la reproducción, en el original vemos una gradación “ascendente” en el proceso de “muñequización” que parece estar afectando a la figura. Conforme elevamos la vista hacia la cabeza de la muñeca, la artificialidad de la figura salta cada vez más a la vista: la raíz del pelo es claramente la de una muñeca. El artificio de la representación no quiere ser ocultado. ¿A qué tipo de público puede ir dirigido? ¿Qué tipo de identificación está buscando? Lo que está claro es que al margen de cualquier respuesta que podamos dar, la imagen se nos muestra con una clave de legibilidad a la que estamos acostumbrados. No vemos nada “raro” en esta representación. Hagamos un ejercicio de “conmutación semiótica”: ¿Cómo interpretaríamos que fuera un hombre-muñeco que estuviese en la misma situación? ¿Nos resultaría igual de “estético”?, ¿igual de legible? Yo creo que simplemente tendríamos más problemas interpretativos porque no disponemos en nuestro imaginario de claves para entender una imagen semejante.

El tercer ejemplo es el anuncio de Iced Tea donde el artificio sobre la construcción de lo femenino podría ser contrario al anterior, en el sentido de que lo más “humanizado” es precisamente la cabeza de la mujer-muñeca. Se trata de un cuerpo de maniquí femenino descompuesto en trozos que se superponen, coronados con una cabeza de mujer “real” que nos mira con serenidad y seriedad. Todo está bañado de una luz amarilla que matiza todo ese cuerpo troceado no se sabe si de mujer o de muñeca. Es una imagen de fragmentación de un cuerpo femenino a la que estamos tan habituados en los medios, sobre todo si se trata de construir en imágenes un erotismo más o menos estetizado. En esta imagen el cuerpo-maniquí sostiene unos miembros vivos que muestran además una esencialización de lo femenino: los pies en puntas como las bailarinas clásicas (los bailarines no tienen que hacer nunca ese ejercicio torturante, por cierto), las manos en las que se apoya la cara con delicadeza o acarician el bote de refresco. Manos abiertas, acariciadoras y protectoras. Tampoco hay nada extraño en esta representación y tenemos de sobra claves culturales para hacerla legible.

Sin embargo, después de observar un momento estas tres representaciones ¿podemos de verdad considerarlas “naturales”? ¿Qué tienen esas imágenes que hace que no nos choque ver cuerpos representados de esa forma? ¿Cómo veríamos por ejemplo una publicidad en la que se sometiera a esa fragmentación y elaboración la imagen de niños pequeños para vender pañales? ¿Lo veríamos con la misma naturalidad? Seguramente no y por eso no se dan ese tipo de elaboraciones en los creativos publicitarios, que seguramente ni se les pasa por la cabeza exhibir bebés “a trozos” por muy chocante que pueda parecer. Eso quiere decir que la creación publicitaria se inscribe dentro de unas claves de legitimidad cultural en el uso de las imágenes, presuponiendo lo que la sociedad considera aceptable o inaceptable, o posible o imposible. Judith Butler (2006:67) nos habla de este proceso, explicando que existe un “reglamento de género” por el que las personas regulan su identidad. Las normas de la construcción de los géneros, difusos en el imaginario social constitu-



yen una especie de telón de fondo “sobre el cual aparece el género en sus dimensiones idealizadas”. No nos choca ver mujeres troceadas o como muñecas porque existe un “reglamento de género” que asocia lo femenino con lo inorgánico y lo fragmentado<sup>5</sup>. Ese reglamento es el que funciona como una “condición de inteligibilidad” (Butler 2006: 83) que hace significativas esas manifestaciones textuales.

Las mujeres-muñecas de la publicidad, el cine o la literatura son una de las formas de representar o hacer aparecer “lo femenino”. Hay otras formas, otros modelos, otros recursos. Pero hay algo esencial en este imaginario al que remiten los demás. Por ejemplo, otro estereotipo básico es el de la mujer aniñada. Lo femenino es siempre adolescente (Figura 4), y de acuerdo con esta máxima la vida de las mujeres pasa de la adolescencia a un limbo de inexistencia. En el anuncio de Naf-Naf se reproduce muy bien en qué consiste corporalmente “la coquetería” femenina: una serie de gestos cercanos a la timidez infantil: las manos tapándose la boca, intento

---

<sup>5</sup> Otra cuestión que plantea Judith Butler es cómo esas normas de género que pertenecen a la cuestión simbólica de la vida humana, se convierten en prácticas sociales. Podemos pensar por ejemplo en el “arreglo” femenino que fragmenta el cuerpo en elementos mínimos. Un buen maquillaje de ojos requiere una fragmentación y especialización que las mujeres conocen: las pestañas, las cejas, las ojeras, los párpados deben ser tratados de forma independiente para obtener un “buen resultado”. En la práctica, las mujeres sabemos que resultar “femeninas” requiere una elaborada intervención y manipulación fragmentada sobre el cuerpo.

de tapar parcialmente la cara, mirar de soslayo, bajar los ojos aparentando vergüenza. Este modelo, no contradice sin embargo el modelo de muñeca del que estamos hablando, como tampoco lo contradice el de la mujer hiper-sexualizada tan utilizado tanto en la publicidad como en el cine. ¿Podemos argumentar entonces que hay una especie de substrato de “artificialidad” en cualquier elaboración de lo femenino que vemos realizado en cualquier acto o representación? Sin duda es esta una diferencia básica en la construcción del modelo dicotómico de la masculinidad y la feminidad en nuestra cultura. Una diferencia básica que nos lleva a un modelo-extremo de representación de mujer-muñeca fácilmente reconocible y por lo tanto “normalizable” como simple realización estética: “no son mujeres reales” podemos decir ante las mujeres que aparecen en el anuncio de Moschino. Pero lo que no es fácilmente identificable es ese inorgánico-extremo que permanece en todo caso en el modelo esencial de “lo femenino”.

La representación de la feminidad “extrema” como artificial responde a una “ficción dominante” (Firat, 2005: 191) en la que la elaboración de lo femenino (no hablo de las mujeres reales) supone una mayor artificialidad; mientras que lo masculino aparece con un grado de naturalidad mayor porque es “lo normal”. Y si se me permite un salto en el grado de ejemplificación, haré una referencia a la experiencia cotidiana. Si un hombre sale de su casa “desarreglado” (en el contexto y valor que queramos dar) su “masculinidad” no sufre, no se ve disminuida (ya dice el refrán popular “El hombre y el oso, cuanto más feo más hermoso”), mientras que una mujer que no “se arregla” resulta “menos mujer”, “poco femenina” etcétera. El “ser atractivas” para las mujeres supone una mayor manipulación del cuerpo, manipulación que sin duda se traduce en una cultura como la nuestra en un mayor gasto de dinero y tiempo. Ser atractiva es “ser femenina” e implica peluquería, maquillaje, depilación, elección de ropa, andar de una determinada forma, mirar de otra, etcétera. Y maquillarse en nuestra cultura, ¿en qué consiste? En extender una crema que “tape” las huellas del paso del tiempo: que disimule las arrugas, oculte los poros y las manchas... que la piel aparezca como el “marfil” o el “terciopelo”, simulando casi no ser de carne. En definitiva, acercarse a las características propias de las mujeres inorgánicas. Y ese “ser inorgánico” está en la base de la diferencia dicotómica entre lo masculino y lo femenino, diferencia que puede estar basada en una diferencia sexual, pero no sólo en ella, porque la identidad personal y la subjetividad supone tanto un proceso de construcción de la identidad como otro de reconocimiento de esa identidad por el grupo social.

Podemos decir entonces que “lo femenino” es una habilidad constructiva sobre la subjetividad basada en el conocimiento social de lo que se supone que es “ser mujer” (de la que los travestis, por ejemplo, saben mucho). Esa habilidad constructiva hace que los sujetos manipulen su identidad visual en lo que Lacan y Bajtin llaman “la pantalla”: un repertorio de imágenes generadas por la cultura (Firat, 2005: 190). Es decir, las representaciones que existen en cada sociedad y que se dan a la mirada de los individuos como “posibilidad de ser”, las que nos proporcionan no sólo modelos a imitar, sino también de los que disentir con toda nuestra fuerza y expresividad. Por ejemplo, si estamos de acuerdo en que existe un modelo de feminidad “inorgánica” o de mujer-muñeca, puedo desear alejarme de ese modelo en la medida en que soy crítica con el rol social de las mujeres y mostrar mi disidencia,



manipulando mi apariencia en oposición a la propuesta de la mujer muñeca: nada de maquillaje, nada de cabello largo y sedoso, nada de pintura de labios o de uñas y por supuesto, nada de depilación. Las identidades sociales se crean en muchos casos en oposición a la identidad visual a la que no se quiere pertenecer.

El repertorio de imágenes tiene una función normativa: marca lo que se considera aceptable y lo que se sale de los límites de esa aceptabilidad. Salirse de “la pantalla” respecto a la construcción de la auto-representación de los géneros implica una punición al menos estética: es desagradable una mujer “desarreglada” o un hombre demasiado “blando” o “femenino” respecto a los gestos o el modo de vestir.

### 3. ORÍGENES Y PERVIVENCIA DE LA CONSTRUCCIÓN SIMBÓLICA: DE OVIDIO A FREUD

El tema de la mujer muñeca es un clásico en nuestra cultura y sólo desde ahí podemos plantearnos su pervivencia en las formas de representación actuales. La creación de una mujer por parte de un hombre está en la literatura clásica encarnada en el mito de Pigmalión y Galatea, que se conoce a través de varias versiones, pero que es difundido y leído sobre todo en *Las Metamorfosis* de Ovidio<sup>6</sup>. Es importante el contexto de esta historia dentro de la obra: aparece en el libro X donde se cuenta cómo Homero va a apadrinar las bodas de Orfeo y Eurídice, bodas con un mal final ya que Eurídice muere por una picadura de serpiente y Orfeo ve frustrado su rescate de los infiernos pues no consigue superar la prueba de no volverse a ver a su mujer antes de la salida del Hades. Ovidio dice que Orfeo se quedó “simbólicamente petrificado” cuando se da cuenta de que otra vez ha perdido a Eurídice. Orfeo se retira al monte Ródope y allí, con su lira, se dedica a cantar distintas transformaciones, entre ellas “la locura erudita” de Pigmalión, después de hacer referencia al castigo que sufren las Propétidas que son convertidas por Venus en “piedras insensibles” por llevar “la licenciosa vida de las prostitutas”. Pigmalión es un hombre casto que construye la estatua de una mujer de la que se enamora. La quiere tanto que la acaricia, le habla y Venus, conmovida, la transforma en la mujer de carne y hueso que será su esposa para siempre. En la historia se destaca el hecho de la petrificación como castigo a las mujeres impúdicas, contrarrestada por la humanización de Galatea en premio al amor masculino.

Este mito de Pigmalión y Galatea ha sido interpretado sobre todo como la representación de la fascinación que siente el creador por sus obras, obviando en muchos casos el matiz de género y es curioso comprobar cómo el hecho de que un hombre cree a su imagen y semejanza a una mujer ha sido visto como “natural” o como un detalle de la historia no-significativo para muchos críticos. Ya advertía Nietzsche que esto se debía al idealismo kantiano que afectaba (y sigue afectando) a la inter-

---

<sup>6</sup> La historia de Pigmalión y Galatea, está también contada por Clemente de Alejandría (150-211 d.C. que cita a su vez a Philostephanos (Siglo III a.C.) lo que muestra la antigüedad y pervivencia de esta historia a lo largo del tiempo. Existen varias versiones más posteriores a Ovidio que dan detalles y matices que Ovidio no le interesó transmitir. (Vid. Stoichita: 2006)

pretación artística que afirma que la contemplación de la belleza puede hacerse de forma “desinteresada” incluso cuando se trata de “las estatuas de las mujeres desnudas”. Nietzsche niega esta presunción y la capacidad de los críticos de separarse emocionalmente de las obras observadas. La mirada crítica supone una implicación emocional. Al filósofo le parece ridícula la pretensión de objetividad frente al arte y dice de esos críticos que “tenemos derecho a reírnos a sus expensas: sobre este delicado punto, las experiencias de los artistas son “más interesadas”, y en todo caso, Pigmalión no era precisamente un “hombre inestético” (Citado en Stoichita: 2006:14). En las obras de arte y en las representaciones hay implicación corporal, hay deseo y por lo tanto estructuras de poder. Y una estructura básica en el sistema de representación de los cuerpos está el hecho de que los cuerpos femeninos aparecen como objetos para ser contemplados desde los ojos masculinos. John Berger (2002) lo resumió en su ya clásico trabajo *Modos de ver* en el que analiza entre otras cosas los desnudos de la pintura al óleo, “Los hombres miran, las mujeres aparecen”, en una estructura de poder de la mirada como forma de control sobre el otro.

El poder está en el que crea y en el que mira. Crear vida artificial ha sido un sueño demiúrgico del ser humano eternamente presente tanto en la ciencia como en el arte. Pero crear mujeres artificiales tiene un matiz particular en cuanto formaliza el deseo masculino de controlar a las mujeres. Las mujeres creadas por los hombres suelen estar desprovistas de los “defectos”, no envejecen y son dóciles a los deseos de los demás. Porque ¿quién es Galatea? No es la mujer perfecta, es “lo perfecto” que surge de la propia conciencia de la imperfección. Galatea no tiene más deseo que el de satisfacer a otros. Es la figura en negativo, el cuerpo que no siente. ¿Cuál es el atractivo de un ser que no siente? ¿Simplemente que se someta a la voluntad de otros como una máquina? Desde luego la docilidad como elemento ideal de la feminidad es un elemento que define la construcción de la feminidad a lo largo del tiempo<sup>7</sup>.

En ningún texto de los que he leído aparece mejor contada la historia del deseo masculino de crear mujeres artificiales como en la novela de Villiers de l'Isle Adam, *La Eva futura*. En ella, el personaje principal es el inventor Edison, que durante su vida había adquirido una gran fama mediática como personaje excéntrico y genial. En la novela lo vemos residiendo en su villa de Menlo Park rodeado de sus inventos. En una conversación que mantiene con un amigo suyo, éste le manifiesta que está enamorado de su novia, pero ésta le resulta un poco irritante, porque la mujer tiene unos cuantos defectos a los ojos de su novio. Edison se plantea entonces la siguiente pregunta:

¿Por qué no construir una mujer que sea como nosotros queremos que sea?”, y como las mujeres son, “no sólo fantasiosas, sino también fantasía”, por que no “sustituir fantasía por fantasía” y “ahorrarle a la mujer el problema de ser artificial?”

---

<sup>7</sup> A lo largo de la modernidad se ha insistido mucho en los manuales de educación en la cuestión de la docilidad como objetivo último para la educación de las mujeres. Rousseau resume el ideal educativo para las mujeres en la famosa frase: “Las niñas han de ser siempre sumisas”, idea en la que se extiende cuando habla en *El Emilio* cómo debe ser la educación ideal de las mujeres encarnadas en el personaje de Sofía.

Edison comienza así a construir la muñeca Hadaly, una réplica física de la novia de su amigo que consigue engañar a todo el mundo, pero que es mejor que la mujer de verdad porque no es “carnal” y por lo tanto no resulta irritante para su compañero ya que no pide nada ni desea nada. Desde luego es estupenda la generosidad y buena intención del escritor que pretende “ahorrarnos” a las mujeres de carne y hueso construirnos como “artificiales” para estar en el mundo (¡El infierno debe estar lleno de personas con buena voluntad!). Hablamos de una novela, pero conocemos de forma más o menos documentada distintas historias de hombres que, seguramente desengañados por las mujeres reales, se han refugiado en la fantasía de vivir con muñecas. Cuentan que Descartes convivió con una muñeca de su hija Fancine, Kokoschka con la muñeca de Alma Mahler a la que vestía con gran gala, paseaba en carroza y llevaba a la opera. Gómez de la Serna o Dalí tenía también muñecas para uso más o menos artístico, y Gutiérrez Solana se pintó obsesivamente con otra<sup>8</sup>. Tal vez todo esto sea una simple proyección narcisista de los creadores, pero sin duda a una “protesta” contra el ser de las mujeres reales.

Pero como toda proyección simbólica, las mujeres-muñecas presentan una dualidad aterradora: son seres siniestros, porque están relacionadas con lo “automático”, lo que se escapa a la voluntad racional, con lo oscuro, lo irracional, lo pasional, lo descontrolado. Es la otra cara de la dominación: el miedo del amo al esclavo. El temor a que lo dominado se “descontrole” y pueda vengarse y suplantar el lugar del poderoso. Por eso las mujeres han sido representadas también por figuras que encarnan la maldad: las brujas, las mujeres-panteras, las mujeres dominantes, las envenenadoras, las madres crueles. De la misma forma, las muñecas como realización simbólica ideal de la feminidad, también dan miedo, son “siniestras”.

Es muy significativo que cuando Freud se propuso pensar en qué es lo siniestro, pensara en un cuento de E.T.A. Hoffmann *El hombre de arena* en el que se habla de una pérdida de límites entre lo vivo y lo muerto, lo orgánico y lo inorgánico, y en el que entre otros elementos, aparece una muñeca.

En este cuento escrito de forma epistolar, el joven Nathaniel cuenta su miedo infantil al hombre de arena al que su made alude a la hora de dormir y que le produce siempre terror. Cree que es quien mata a su padre, aficionado a los experimentos químicos. Años más tarde le parece verlo de nuevo encarnado en un hombre que vende instrumentos ópticos. Nathaniel tiene una buena novia a la que conoce desde la infancia; sin embargo, de forma irracional se enamora de Olimpia, la hija de un profesor que resulta ser una muñeca. La confusión entre las obsesiones infantiles y los hechos reales acaban desquiciando su mente y enloquece. Ya recuperado, va con su novia de paseo y suben a una torre. Cuando están allí, su mente le hace creer que su novia se ha transformado en una muñeca e intenta estrangularla. Luego cree

---

<sup>8</sup> No he aludido anteriormente en este artículo al tema de la representación de las mujeres-muñecas en el arte por considerar que debe ser un tema tratado en sí mismo. Desde el surrealismo hasta el presente, las muñecas han sido un elemento de motivación creativa para muchos artistas como Hans Bellmer. También ha sido un elemento subversivo para muchas mujeres artistas que se han dedicado en muchos casos a contradecir el modelo de mujer-muñeca que los artistas masculinos proponían. Un ejemplo es la interesante obra de la fotógrafa americana Cindy Sherman, que se fotografía a sí misma como si fuera una muñeca.

ver de nuevo desde lo alto al hombre de arena. El terror se apodera de él y acaba precipitándose, enloquecido, desde la torre<sup>9</sup>.

Este cuento de Hoffmann, me interesa más que por el imaginario sexual que puede representar, por el perturbador el efecto de confusión de límites entre lo orgánico y lo inorgánico que se desarrolla a través del cuento. No puedo ni voy a hablar de la interpretación psicoanalítica que da Freud de este texto, porque lo que quiero destacar es el hecho mismo de que lo hubiera elegido para hablar de lo siniestro. ¿Por qué escoge como elemento principal el efecto inquietante que causa una muñeca? Freud define en este trabajo lo siniestro como “aquella suerte de espanto que afecta a las cosas conocidas y familiares”. Es la figura más terrible del miedo, que no es que te pueda atacar un extraño, sino que la gente que quieres, el entorno de seguridad que implican las personas y las situaciones conocidas, se conviertan agresivas y dañinas.

Para Freud además, las muñecas son siniestras, porque representan la figura del “doble”. Los dobles son representaciones de personas muertas que en un primer momento dan seguridad y consuelo ante la pérdida de una persona querida. (Por ejemplo, se conservan muñecas aparecidas en tumbas romanas que representaban la figura de mujeres adolescentes muertas). Pero sobre el doble se proyecta enseguida el imaginario inverso, transformándose en “un siniestro mensajero de la muerte” (pág. 35). Son siniestras las muñecas, como lo son las crisis epilépticas o la demencia, pues como bien dice Freud, evocan procesos automáticos mecánicos, es decir, nos presentan un yo privado de dominio racional y autocontrol<sup>10</sup>.

Siniestras son las muñecas, y me pregunto si las mujeres no han resultado igual de siniestras a largo de la historia. Las mujeres se han ocupado del espacio cotidiano, y como hemos visto, en lo cotidiano se esconde la amenaza más terrible y que provoca mayor inseguridad. Lo cercano es lo que da más miedo. Las mujeres, con toda la idealización y la des-corporeización a las que las ha sometido la modernidad desde el Renacimiento, resultan inquietantes. Las mujeres han sido ángeles del hogar, pero también demonios concupiscentes, seres “venenosos” que podían contaminar con la mirada o con la sola presencia. Las mujeres han sido además definidas por su falta de racionalidad y por su excesiva corporalidad. En la medicina galénica se decía que como eran más frías, sus cuerpos no podían llegar a los altos estadios de destilación al que llegaban los cuerpos de los varones para producir las sustancias que los hacían más poderosos: la sustancia cerebral y el semen. A partir de la Ilustración la inferioridad de las mujeres se debía a su constitución física que las hacía “naturalmente” inferiores a los hombres. Esta construcción ambivalente del

---

<sup>9</sup> Alguien debería hacer la interpretación “freudiana” acerca del hecho de que la interpretación del final del cuento que hace Freud no se atenga al texto (al menos a las versiones que he leído). Nathaniel enloquece al ver transformada a su novia en la muñeca Olimpia, sin embargo la versión de Freud es que enloquee al descubrir la presencia de El hombre de arena.

<sup>10</sup> Otra cuestión interesante es pensar que las representaciones mediáticas y artísticas de los últimos tiempos parecen haber acentuado de forma generalizada el gusto por lo siniestro. La cultura visual en la actualidad está llena de referencias a esa ambigüedad de la habla Freud entre lo vivo y lo muerto, lo material y lo inmaterial. El tema lo desarrolla de forma muy interesante John C. Welchmann (2005) en un trabajo sobre lo siniestro y la cultura visual.

ser femenino como inferior y a la vez como peligroso se ha ido formando y reforzando a través no sólo de los discursos de ficción, sino también de los discursos médicos y científicos.

El modelo de mujeres-muñecas es un modelo de feminidad basado en una estética “radical” de lo artificial que resulta atractivo porque es inalterable y manipulable. Es un modelo que intrínsecamente des-problematiza las relaciones siempre conflictivas en la vida entre los géneros. Es dócil, bella y obediente, pero también siniestra. Es la cara opuesta del modelo también ideal de mujer-madre que había constituido una de las formas simbólicas más potentes en las representaciones tradicionales. Las mujeres-muñecas han desplazado sin duda los valores hegemónicos que han tenido las mujeres-madres a lo largo de la historia, porque para la imagen espectacular que construyen los medios de comunicación, la carnalidad y las mujeres, casan mal. El modelo dominante es una mujer delgada, casi descarnada, etérea y con aspecto eternamente adolescente.

Rosi Braidotti reflexiona sobre la descomposición de los objetos reales que supone la masificación de las imágenes. El vacío de esa descomposición se llena con gusto por el “objeto puro: el artefacto metafísico, la máquina ideal”, la muñeca.

#### 4. ALGO ACERCA DE FEMINISMO Y EFECTOS POLÍTICOS

La crítica feminista que en los ochenta se preguntaba por las consecuencias del consumo de imágenes y de ficción en la vida de las mujeres, en los últimos años ha desplazado la centralidad del problema hacia estudios de carácter más etnográfico, intento pensar en “cómo usan” las mujeres las representaciones que les llegan a través de los medios. De esta forma, la crítica feminista, ha pensado que “ser mujer” tiene poco que ver con esa imagen de pasividad y debilidad tradicional del modelo femenino. Las mujeres no son meros espejos reproductores de lo que la sociedad les ofrece. A partir de Simone de Beauvoir que dijo la famosa frase de que “No se nace mujer, sino que se llega a serlo”, la identidad femenina se concibe no sólo como identificación con los modelos que la sociedad propone como posibles y disponibles en el imaginario, sino como un proceso de “construcción preformativa” (Butler: 2002) en el que las mujeres actúan e imitan unos roles sociales establecidos, pero no lo hacen de una manera repetitiva y simple, sino que en cada actuación hay una posibilidad de disidencia y alteración del modelo propuesto tanto en los medios de comunicación como en cualquier otro acto comunicativo. En este sentido, la publicidad genera diferentes modelos de mujeres (no sólo las muñecas) que en muchos casos pueden ser utilizados para ser subvertidos, parodiados o desmentidos en las prácticas cotidianas donde la identidad está en continua elaboración y confrontación con los otros.

En todo caso, el estereotipo de la mujer-muñeca y la idealización que este modelo ha supuesto para las mujeres reales como modelo inalcanzable en la vida personal, ha sido el caballo de batalla para parte del pensamiento feminista de los últimos años, con autoras que han insistido en la necesidad de pensar en la identidad de las mujeres desde la corporalidad y la materialidad del cuerpo. La estructura corporei-



zada “y por lo tanto sexualmente diferenciada, del sujeto hablante” (Braidotti, 2000: 29) como punto de partida para toda definición identitaria, viene a ser un punto de contención en las teorías posmodernas que definían a los sujetos por su performatividad lingüística, si bien, como dice Braidotti, el cuerpo considerado no sólo como una categoría sociológica ni biológica, sino como el lugar donde se superponen lo físico, lo simbólico y lo sociológico, despreciando así todo punto de partida esencialista sobre “lo femenino”. Para la crítica feminista, la identidad es siempre una identidad “vestida”, “actuada”, múltiple y conformada con las experiencias variadas y discontinuas.

La cuestión sería preguntarnos ahora qué pasa con la vida de las mujeres en un mundo donde se dan unas normas de género que tiene que encarnar y actuar en la vida real. Es decir, las normas tienen que ser encarnadas en prácticas corporales. Y ahí es precisamente donde comienza a ser posible la disidencia. Si “ser femenina” consiste, por ejemplo, en sonreír más a menudo que los hombres mientras estamos en público, cada vez que nos “hacemos mujeres” en una conversación cara a cara, tenemos también la posibilidad de cuestionar, alterar o subvertir esa misma norma que se supone que debo actuar. Es decir, cabe la posibilidad de saltarnos el “reglamento de género” al mismo tiempo que lo estamos citando (Butler, 2006:67).

Quisiera también aclarar que soy consciente de que existe una diferencia radical entre lo que son las prácticas de las mujeres reales y las representaciones simbólicas o “la pantalla” de imágenes que proporcionan los medios de comunicación. Que exista un imaginario en la que “lo femenino” sea definido por elementos que señalan su alto grado de inmaterialidad, de idealidad y de falta de materialidad, no quiere decir que ninguna mujer real viva su vida de acuerdo a esa experiencia. Sin embargo, sabemos que estos idearios influyen mucho en actitudes generales de las mujeres respecto a sus propios cuerpos, y que, en muchos casos, esos ideales pueden acabar siendo dañinos para la vida de las personas. Susan Bordo (1993) plantea, por ejemplo, cómo ese modelo de cuerpo-desmaterializado y etéreo propuesto (al menos en parte) por los medios de comunicación, crea conflictos muy reales en la vida de las mujeres, y están en la base de fenómenos aparentemente diferentes como son los desórdenes alimentarios o el rechazo al modelo de mujer-madre.

Las mujeres-muñecas son en realidad una consecuencia del dualismo mente/cuerpo, que en el caso de la representación ha generado dos modelos ideales encarnados en las figuras de Eva (concupiscencia) y María (virginidad). “Lo femenino” como modelo ideal, no puede salir indemne de la esquizofrenia implícita en el modelo mismo. En la vida real, ninguna mujer es ni puede ser ninguna de estas dos figuras de forma total y absoluta. En la representación, de forma que podría parecer paradójica, ambos modelos extremos pueden llegar incluso a confundirse de forma perversa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARACIL, Alfredo (1998), *Juego y artificio. Automatas y otras figuraciones del Renacimiento a la Ilustración*, Madrid, Cátedra.

- BAJTIN, Mijail (1990) *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*, Madrid, Alianza
- BENJAMIN, Walter (1989) “El arte en la era de la reproductibilidad técnica” en *Discursos Ininterrumpidos I*, Buenos Aires, Taurus.
- BERGER, John (2002) *Modos de ver*, Barcelona, Gustavo Gili.
- BERNÁRDEZ, Asunción (2002) “Violencia y cine: el sabor amargo de una fascinación.”, en *Violencia de género y sociedad: una cuestión de poder*, Madrid, Ayuntamiento de Madrid, págs. 87-108.
- BORDO, Susan (1993) *Feminism, Western Culture and the Body*, en California University Press.
- BRAIDOTTI, Rosi (2000), *Sujetos nómades*, Barelona, Paidós.
- BUTLER, Judith (2002) *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”*, Barcelona, Paidós. Pág. 187- 196.
- (2006), *Deshacer el genero*, Barcelona, Paidós.
- FIRAT, Begüm O (2005) “Mujeres con peluca: sobre la identidad y la visualidad” en Brea, José Luis (ed.) *Estudios visuales: la epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid, Akal.
- FREUD, Sigmund (1988) “Lo siniestro” en *Obras Completas*. Vol. 13, Barcelona, Orbis.
- HOFFMANN, Ernest (2001) *El hombre de arena*, Palma de Mallorca, Jo’sé J. de Olañeta.
- RUEDA, Ana (1999) *Pigmalión y Galatea: refracciones modernas de un mito*, Madrid, Fundamentos.
- STOICHITA, Victor I. (2006), *Simulacros. El efecto pigmalión: de Ovidio a Hitchcock*, Madrid, Siruela.
- TOMÁS, Facundo y JUSTO, Isabel (Eds.) (2005) *Pigmalión o el amor por lo creado*, Barcelona, Anthropos.
- WELCHMANN, John C. (2005) “Sobre lo siniestro en la cultura visual”, en Brea, José Luis (ed.) *Estudios visuales: la epistemología de la visualidad en la era de la globalización*, Madrid, Akal.

## RESUMEN

Analiza la esencialización de la representación femenina en los medios de comunicación en torno al modelo altamente simbólico de la muñeca. Revisa la historia de ese simbolismo con sus raíces psicoanalíticas, culturales, y su fuerte tinte sexista y de marca de género. Plantea qué consecuencias tiene este modelo cultural y cómo puede leerse esa forma en la situación actual de las mujeres en la vida social.

**PALABRAS CLAVE:** mujer, muñeca, sexismo, medios de comunicación, cultura, dominación, símbolo, género.

## ABSTRACT

This paper analyses the essential representation of the female in mass media in the symbolic form of the doll. It reviews the history of such a symbol, including its cultural, psycho-analytical, social and sexist and gender features. It discusses the consequences of such a cultural model and how it can affect the actual situation of women in social life.

**KEY WORDS:** woman, doll, sexism, mass media, culture, domination, symbol, gender.

## RÉSUMÉ

Cet article analyse la représentation essentielle de la femme dans les médias de la communication dans la forme symbolique de la poupée. Il revise les aspects culturels, psycho-analytiques, sociaux et sexistes de cette forme culturelle, et discute les conséquences d'un tel modèle culturel, et comment peut-il affecter la situation sociale des femmes dans la vie quotidienne.

**MOTS CLÉ:** femme, poupée, mass media, domination, symbole, genre, sexism.